**SWOT-анализ**

**Сильные стороны:**

- Вкусные и качественные ингредиенты

- Быстрая доставка (до 30 минут)

- Удобное расположение в центре города

- Программа лояльности для постоянных клиентов

**Слабые стороны:**

- Высокая цена по сравнению с конкурентами

- Ограниченное меню

- Отсутствие собственного приложения для заказа

**-** Небольшая вместимость зала

**Возможности:**

- Расширение ассортимента (вегетарианские, безглютеновые варианты)

- Развитие онлайн-продаж через маркетплейсы

- Партнерство с локальными фермерами для закупки свежих продуктов

- Активное продвижение в социальных сетях

**Угрозы:**

- Высокая конкуренция со стороны крупных сетей (например, Domino’s, Pizza Hut)

- Экономический кризис и снижение покупательской способности

- Изменения законодательства (например, налоги на доставку)

- Негативные отзывы из-за ошибок в доставке

|  |  |
| --- | --- |
| **Категория** | **Описание** |
| Демография | - Возраст: 18–45 лет- Пол: любой  - Доход: средний и выше среднего- Образование: среднее или высшее |
| География | - Жители города, где находится пиццерия- В радиусе 5–10 км от заведения |
| Поведение | - Люди, которые заказывают еду на дом или предпочитают быстрые перекусы- Частота использования: 2–3 раза в месяц- Цель: вкусная еда для семьи, друзей или офиса |
| Психография | - Интересы: саморазвитие, активный образ жизни, любовь к качественной еде- Ценности: удобство, скорость, качество- Стиль жизни: современный, динамичный |

Основными пользователями пиццерии являются молодые люди и взрослые в возрасте от 18 до 45 лет, проживающие в городе. Они ценят удобство, скорость доставки и качество продуктов. Большинство из них имеют средний или выше среднего доход, что позволяет им регулярно заказывать доставку еды.

Эти люди часто работают в офисах или учатся, поэтому предпочитают быстрые перекусы или заказывают пиццу для встреч с друзьями и семьей. Они активно пользуются интернетом, следят за акциями в социальных сетях и готовы платить за качественную еду.